

文章编号: 1007-7588(2015)11-2129-11

中国游客赴韩旅游研究: 重要性、满意度及差距

孔海燕¹, 宋海岩², 窦尚孝¹

(1. 山东大学(威海)商学院, 威海 264209; 2. 香港理工大学酒店与旅游管理学院, 香港)

摘要: 本文旨在分析中国游客对韩国旅游服务各环节的重要性、满意度及差距评价。在市场调查的基础上共收集有效数据581份, 并运用重要性-绩效表现分析法(IPA)对韩国旅游的九个方面进行分析。研究表明, 在重要性方面, 出境游客对旅行社服务的重视程度最高, 对警察服务的重视程度最低; 在满意度方面, 对景区服务的满意度最高, 对警察服务的满意度最低; 重要性和满意度差距最大的是旅行社服务, 差距最小的是酒店服务。总体来看, 中国出境游客对韩国旅游满意度较高, 但是, 其满意度仍然低于重要性。本文的研究结果将对赴韩旅游活动安排、服务质量以及民间交流提供理论指导, 进一步促进中韩之间的旅游及睦邻友好关系。

关键词: 出境旅游; 重要性; 满意度; 差距; 重要性-绩效表现分析法(IPA)

1 引言

近几年中国出境旅游市场发展尤为迅速^[1]。2014年, 中国公民出境人数突破了1亿人次, 达到1.09亿人次, 超过百万人次的目的地(中国港澳台以外)国家有韩国、泰国、日本、美国、越南和新加坡等六国。韩国是最受中国游客欢迎的海外目的地, 也是中国出境旅游第一大目的地。韩国旅游发展局的数据显示, 2014年, 中国赴韩游客达到571万人次, 同比增长40.9%。

中国和韩国一水之隔, 文化同源, 在旅游方面合作频繁。2014年7月3日, 中韩双方发表了《中华人民共和国和大韩民国联合声明》, 声明将2015年和2016年分别确定为“中国旅游年”和“韩国旅游年”, 这是中韩两国间首次互办旅游年。近年来, 旅游以及双边国家旅游年在提升两国双边合作和民间交流方面, 正发挥着越来越大的作用。中国成为韩国第一大入境客源国, 而中韩自贸区的签订, 为中韩旅游业发展再添新契机。

在中韩出境旅游研究方面, 以往文献多集中在中韩两国旅游交流、韩国旅游业发展模式及经验分析、以及韩国赴中国旅游市场分析与开发三方面^[1],

关于中国出境游客的满意度研究较少。中国正成为出境旅游大国, 中国游客的行为、消费习惯、及满意度也受到越来越多的关注。只有充分了解中国游客的满意度, 才能有针对性地提高服务质量, 进一步吸引更多的中国游客。因此, 加强对出境游客的研究分析显得非常重要。

本文将对中国赴韩出境游客进行详细分析, 内容包括: ①通过描述统计分析中国赴韩出境游客对韩国旅游服务各环节的重要性期望值和满意度评价; ②通过描述性统计分析和运用重要性-绩效表现分析法(IPA)全面分析游客对韩国旅游服务各环节的评价, 从而为中韩旅游提供理论指导, 促进两国的民间交流及相互理解。

2 文献综述

2.1 出境旅游分析

截止2015年3月, 中国公民组团出境旅游目的地共有151个国家和地区, 其中正式实施的被批准的旅游目的地国家(Approved Destination Status, ADS)有117个, 中国成为全球第一大出境旅游消费国^[1]。

中国出境旅游的蓬勃发展引起了学术界的持

收稿日期: 2015-07-10; 修订日期: 2015-10-15

基金项目: 山东省社会科学规划研究项目(15CGLJ16)。

作者简介: 孔海燕, 女, 山东乳山人, 博士, 教授, 博士生导师, 研究方向为旅游管理、人力资源管理。E-mail: konghaiyan@sdu.edu.cn

1) 中华人民共和国国家统计局网站, <http://data.stats.gov.cn/workspace/index?jsessionid=764B858D53154CD8BCFDBD302DBE4DCA?m=hgnd>.

续关注,学者们对出境旅游发展阶段及变化趋势、出境旅游的影响因素、出境旅游的经济影响和政策制度等方面进行了大量的研究。比如,杜江、张广瑞等研究发现,出境旅游的高消费加剧了旅游服务贸易的逆差^[2,3]。戴学锋通过国际比较,指出由于贫富差距的扩大和公费旅游等因素,造成了出境旅游“虚假”繁荣的景象,中国出境旅游超出了中国经济发展水平,属于超前发展^[4]。戴斌等通过对客源输出地、空间流向、消费结构和市场规模进行分析,发现在客源输出上,东部发达地区是出境旅游的重要输出地^[5]。空间流向上以出境(港澳台)为主,出国为辅;消费结构以购物为主,文娱等消费较少;市场规模以出游人数绝对量大、相对量小为特征。综上,相关研究多集中在旅游经济及旅游模式方面,而对出境游客的感知研究比较少,因此本文对出境游客的旅游满意度进行详细分析。

2.2 赴韩出境旅游分析

韩国是中国公民主要的出境旅游目的地,近年来中国公民赴韩旅游现象也逐渐引起学者们的关注。郭英之等分析了出境旅游目的地的市场竞争和市场定位,指出韩国和日本属于相似的出境旅游目的地^[6]。江林等分析了中国游客赴韩旅游原因、部分出境产品的价格及旅游中存在的问题^[7]。程圩等则分析了中国居民对韩国旅游的感知形象^[8]。

上述文献为赴韩旅游研究奠定了良好的基础,但是,对出境游的游客却缺少详细的分析。游客对出境旅游目的地的满意度评价不仅有利于目的地形象促销,也有利于组团社制定详细的旅游产品,因此有必要对出境游客对韩国旅游的期望值及满意度进行综合的调查研究。

2.3 游客满意度分析

游客满意度是从顾客满意度发展而来的,所谓顾客满意度是顾客对某一事物心理感受程度的量化表达。从消费者感知的角度来讲,游客满意度是建立在游客期望和目的地实际体验进行比较的正效应基础上的。Tribe等指出,满意度是指在游客旅行过程中,旅游体验满足游客期望和需求的程度,即在旅游中,旅游者对于目的地期望与旅游者在该地访问时的体验进行比较而产生的结果^[9]。如果体验与期望相比较而产生满足感,那么旅游者便感到

满意^[10]。

游客满意度有利于提高游客的推荐意愿、重游意愿、提高游客忠诚度、减少投诉和抱怨等。研究发现,满意度有助于提高其行为意愿,如推荐意愿和重游意愿^[11];游客满意度会产生良好的“口碑效应”,这就意味着潜在的顾客忠诚^[12];顾客满意度越高,顾客抱怨越低^[13]。游客满意度越高,重游意愿越强,并且愿意将所游览的景区推荐给自己的亲朋好友。因此,游客满意度对重游和推荐目的地有很强的预示作用^[14];总体满意度又在目的地形象和目的地忠诚之间起到全部的中介作用,即游客忠诚通过良好的目的地形象和高的满意度来增强^[15]。

综合分析可以看出,在赴韩出境旅游方面,前期研究主要集中在市场分析、产品价格及感知形象方面,缺少对出境游客的综合分析;尽管旅游满意度对重游意愿及旅游目的地促销有积极作用,但是关于中国游客对韩国旅游的满意度评价还没有充分展开,缺少具体的调查与数据。因此,本文将对对中国游客进行综合分析,探讨其赴韩旅游的期望值、满意度及存在差距,从而为出境旅游管理提供有效数据和有益指导。

3 研究方法

3.1 研究设计

以赴韩旅游的中国游客为研究对象,以随机抽样的方式展开市场调查。调查问卷共三大部分:①调查旅游者的旅游目的;②分析游客对韩国旅游服务的重要性和满意度评价;③分析被调查者的人口特征。问卷采用里克特5级量表的形式,其中游客期望程度分为1=非常不重要,2=不重要,3=还可以,4=重要,5=非常重要;游客满意程度分为1=非常不满意,2=不满意,3=还可以,4=满意,5=非常满意这五个等级。

3.2 测量标准

游客对韩国旅游服务的重要性和满意度评价采用宋海岩等开发的游客满意度指数来测量^[16],该测量表测量项目全面,具有很高的信度和效度。该测量表用于旅游目的地竞争力和满意度的研究,共测量九个部分:酒店服务,餐饮服务,旅行社服务,景区服务,零售商店服务,公共交通服务,警察服务,海关服务和总体满意度。

2015年11月

3.3 数据收集

数据收集有2种方式:①在济州岛机场、景区、酒店、购物街等地,调查即将结束韩国之行的中国游客;②寻求出境旅游旅行社的帮助,调查赴韩出境游客。被访对象由专人辅助填写问卷,提高问卷的回收效率,同时保证问卷的真实性与可靠性。本次调查共发放800份问卷,回收有效问卷581份。

3.4 数据分析方法

采用重要性-绩效表现分析方法(Importance-Performance Analysis, IPA)进行数据分析。IPA分析法是一种简单有效的优化资源的方法,通过获得的数据在4个象限中对应的位置,可帮助管理者确定改进的优先次序,整合稀缺资源,提高顾客满意度。

应用IPA进行分析的关键是获得一个象限的点阵图,步骤如下:①以问卷的形式调查顾客,要求他们对每个项目的重要性和实际绩效(即满意度)进行逐项打分,打分采用里克特量表5级量表;②运用SPSS对收集的有效数据进行分析,分别计算出其重要性和绩效的平均值,并以此检验所存在的差距并提出需要改进的领域;③以重要性为横轴、满意度为纵轴做一个四象限坐标图;④再将每个因子依照其重要性和满意度的数值绘制于坐标图上,得到了一个包含所有因子的四象限点阵图。

4 结果分析

4.1 被访者情况

被访者情况见表1。本次调查男性比例为51%,女性为49%,分布较为均匀;在年龄上游客主要集中在26~45岁之间,占受访者的68.6%。这个年龄段的游客一方面有自己的事业,收入比较有保障,另一方面正值壮年,愿意走出国门,去游览异国他乡的风情;在学历上,游客受教育程度较高,大专/职业学院及以上学历的游客比重达92.6%,其中大学本科学历的游客是主力军,占53.5%,其次是大专及职业学院学历的游客,占23.4%,硕士及以上学历的游客占14.6%,从侧面也反映出,接受过高等教育的消费者,是中国出境旅游的主力军,他们更愿意追求精神上的享受;在职业分布上,工人/服务人员/一般职工最多,占25.1%,科研、技术人员占18.8%,个体工商业者占16.5%,企业管理者占15.1%,学生、机关/事业单位人员、离退休以及其他人员,占

24.5%。从收入来看,赴韩旅游的受访者中,月收入3 001~13 000元的占62.3%,13 000元以上的达到33.6,3 001元以下的占4.1%,由此可见,出境旅游已不再是奢侈的高端消费品,尤其是韩国离中国较近,出境赴韩国旅游已经越来越普及到普通工薪阶层群体。

4.2 酒店服务重要性和满意度分析

表2显示的是中国游客对韩国酒店服务的重要性及满意度评价结果(因下文其他服务的项目较少,故略去表格)。在重要性方面,重要程度最高的是便利的付款方式(4.60),这是出境游客认为最重要的项目;其次是物品存放安全、良好的语言沟通能力、酒店的安全及保安措施、良好干净的环境、以及高效的入住及离店手续,平均值都为4.51。这说明对于离开自己的国家去异国他乡旅游的游客来

表1 被访者情况

Table 1 Profile of participants

调查项目	数据	频率	百分比 1%
性别	男	296	51.0
	女	285	49.0
年龄	17岁及以下	8	1.4
	18~25岁	91	15.7
	26~35岁	286	49.2
	36~45岁	113	19.4
	46~55岁	58	10.0
学历	56岁及以上	25	4.3
	高中/初中及以下	49	8.4
	大专/职业技术学院	136	23.4
	大学本科	311	53.5
	硕士及以上	85	14.7
职业	机关/事业单位人员	42	7.2
	教师、科研、技术人员	109	18.8
	企业管理者	88	15.1
	工人/服务人员/一般职工	146	25.1
	个体工商业者	96	16.5
月收入	离退休人员	23	4.0
	学生	41	7.1
	其他	36	6.2
	3 000元以下	24	4.1
	3 001~13 000元	365	62.3
	13 001~20 000元	112	19.4
	20 001~26 000元	45	7.7
	26 000元以上	38	6.5

表2 酒店服务重要性-满意度分析

Table 2 Perceived importance and performance of hotel service

序号	服务特质	重要性均值	满意度均值	差值
1	门卫在客人到达时,向客人微笑问候、提供服务	4.45	4.22	-0.23
2	车辆调度员确保车辆通行畅通、停放位置合理有序	4.29	4.06	-0.23
3	服务员熟悉贵重物品的保管程序,物品存放安全保密	4.51	4.09	-0.42
4	能够迅速并且专业地进行投诉处理	4.42	3.96	-0.46
5	话务员能准确记录服务要求	4.43	4.04	-0.39
6	有效率的入住及离店手续办理	4.51	4.22	-0.29
7	前线职员表现适当的服务态度(有礼貌、耐性及殷勤)	4.49	4.27	-0.22
8	酒店职员能够提供周到并且专业的服务	4.49	4.24	-0.25
9	职员的外观及整洁的仪容	4.30	4.30	0.00
10	职员拥有良好的语言及沟通能力	4.51	3.92	-0.59
11	提供由机场、渡轮码头往返酒店的免费接载服务	4.28	3.80	-0.48
12	酒店的安全及保安措施	4.51	4.12	-0.39
13	怡人、卫生、舒适的酒店环境和良好的酒店服务设施	4.51	4.18	-0.33
14	房间整理时间与客人休息时间不冲突	4.43	4.24	-0.19
15	毛巾、牙膏等客用品每日或应客人要求补充齐全	4.25	3.71	-0.54
16	其他服务,包括擦鞋、洗衣,提供个性化服务	4.12	3.93	-0.19
17	提供专业的商务中心	4.18	3.99	-0.19
18	便利的付款方式(信用卡、现金等)	4.60	4.22	-0.38
19	均值	4.40	4.08	-0.32

说,安全、语言沟通、及办事效率是他们关心的主要议题。对于酒店服务,中国出境游客期望值最低的是提供擦鞋、洗衣等个性化服务(4.12),对该项服务多数游客并不期望太高。

在满意度方面,中国游客最满意的是职员的外观及整洁的仪容(4.30),其次是前线职员表现适当的服务态度(有礼貌、耐性及殷勤)(4.27),以及房间整理时间与客人休息时间不冲突(4.24)。满意度最低的是毛巾、牙膏等客用品每日或应客人要求补充齐全(3.71),这主要是因为中国、韩国酒店在经营方面存在一些不同。中国的酒店通常会提供免费的牙膏、肥皂、毛巾等,而韩国的一些酒店并不提供相关物品,因此在游客心目中感到有落差,满意度降低。

在差距方面,重要性与满意度差距最大的是职员拥有良好的语言及沟通能力(-0.59),其次是毛巾、牙膏等客用品每日或应客人要求补充齐全(-0.54),以及提供由机场、渡轮码头往返酒店的免费接载服务(-0.48)。由此可见,对于出境旅游的游客,语言沟通及便利的交通,是他们关注的事情。

值得一提的是,对于职员的外观及整洁的仪容,没有差距,说明游客对此的期望值和满意度达到一致。

按照IPA分析法,以重要性为横坐标轴,满意度为纵坐标轴,将饭店服务的18个项目均值得分绘制在坐标轴上,并以重要性均值和满意度均值为基准,将坐标轴分为四个象限,如图1所示。

第I象限(高重要性、高满意度),继续保持项目。该象限是双高区域,即重要性和满意度都非常高。落在该象限中的服务项目有9项,占整个酒店服务的50%。可以看出,便利的付款方式重要性最高,前线职员良好的服务态度让客人非常满意,其他项目,如门卫微笑迎客、提供服务,服务员熟练安全地保管物品,高效的办理手续,酒店员工能够提供专业的服务,良好的安保设施,整洁怡人的酒店环境,本着不打扰客人原则的客房服务,都让客人感到舒心和满意。酒店这些服务特质属于其优势服务项目,应当继续保持和加强。

第II象限(低重要性、高满意度),不宜刻意追求项目。该区域内为重要性低、满意度高的项目,

2015年11月

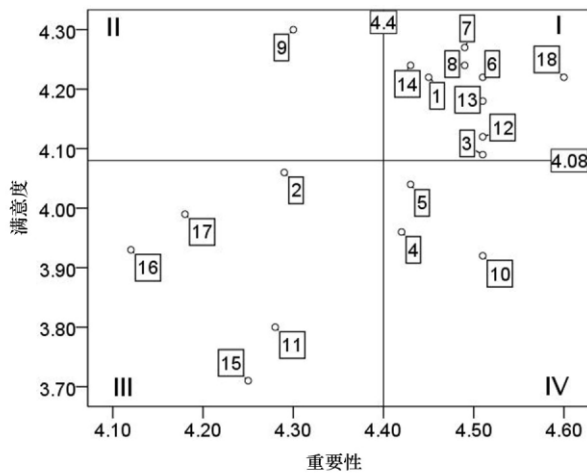


图1 酒店服务IPA分析

Figure 1 IPA analysis of hotel service

属于不必过分重视的服务项目。此区间共有1项,职员的外观和整洁的仪容表现达到了游客的预期,获得了客人的认可和好评。职员整洁的仪容这一项也是唯一重要性和满意度得分差距为0的服务特质,虽然客人不太重视,但是却起到了意想不到的效果,酒店行业保持现状便可,不必要刻意追求。

第Ⅲ象限(低重要性、低满意度),低优先顺序项目。双低意味游客对其期望值和满意度都很低,酒店可暂时不考虑这些服务项目。该象限内共有5项,这些项目包括:车辆调度员提供的专业服务,酒店往返机场和码头的接送服务,客房日用品及时补充、提供擦鞋和洗衣的个性化服务和提供专业的商务中心。

第Ⅳ象限(高重要性、低满意度),重点改进项目。这个区域代表着游客的重视程度高,但是满意度很低的项目,共3项,包括高效的处理客人投诉,记录客人所需,以及员工的语言及沟通能力。酒店经营者必须认真对待落在该区间的项目,分析原因所在,重点改善,降低游客抱怨,提高游客满意度等。

4.3 餐饮服务重要性和满意度

中国游客对韩国餐饮服务总体满意度较高。在重要性方面,重视程度最高的是怡人、卫生的用餐环境,其次是便利的付款方式,以及服务人员表现出合适的服务态度;在满意度方面,游客最满意的是职员的外观及整洁的仪容,其次是怡人、卫生

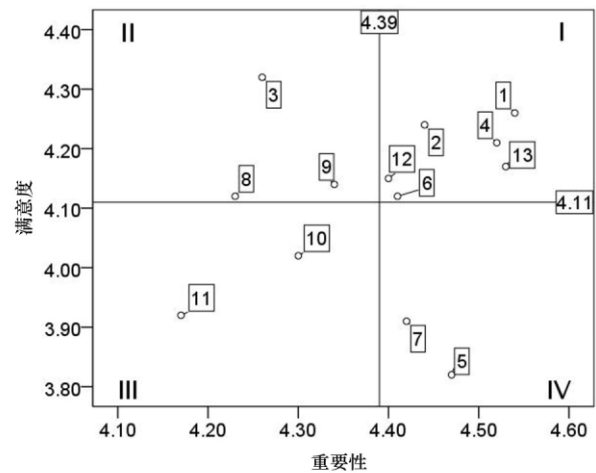


图2 餐饮服务IPA分析

Figure 2 IPA analysis of restaurant service

的用餐环境,以及便利的营业时间。图2显示餐饮IPA分析结果。

第Ⅰ象限的有六个项目,属于高重要性、高满意度,继续保持项目。研究表明,舒适、卫生的用餐环境(1)让游客感到惬意,便利的开放时间(2)让游客随时都能品尝到异国的风味美食,服务人员礼貌、迅速的服务态度加上清晰明了的餐单说明(4, 6, 12),使游客在国外用餐变得更加容易,用餐过程中的及时服务进一步加深了用餐过程的美好体验,最后的付款环节也是非常便利(13),无论是现金、银行卡还是支票,都能顺利的完成支付。总体上看,游客对用餐的基本环节都较为满意。

第Ⅱ象限有3个项目,属于低重要性、高满意度,不宜刻意追求项目。重要性和高满意度意味着游客会收获惊喜。餐馆职员的外观和整洁的仪容(3)让游客赏心悦目,合适的上菜时间和温度适宜的菜品(8,9)让游客感到满意,并超出了预期。对于这些项目,受韩国整体外部环境和韩式餐饮文化所决定,不必刻意去追求,顺其自然就好。

第Ⅲ象限有2个项目,属于低优先顺序。这表明游客在用餐时,并不刻意追求服务人员进行服务的时机(10),对菜式的制作过程,酒水文化知识(11)也并不太看重。在精力受限的情况下,暂时不考虑这些问题。

第Ⅳ象限有2个项目,属于重点改善区域。分别是前线职员的语言及沟通能力较差(5),未能提

供多样化和高质量的菜品(7)。在与游客的接触中发现:语言及沟通障碍源于部分韩国人不会中文,英文水平也非常受限;韩式料理和中国餐饮相比,比较清淡单调,在一个周左右的旅行时间内,每餐都食用较为单调的韩国菜,对于大部分游客来说,存在一定的不适应和不满。这些都需要韩国餐饮业引起重视,并想办法解决完善。

4.4 旅行社服务重要性和满意度

表3显示的是中国游客对旅行社服务的重要性及满意度评价结果。

针对韩国导游的评价,导游专业及精通的解说以及导游员的诚信这两项同时被列为最重要的,平均值为4.66。此外,导游能对突发情况做出迅速有效的反应和处理(4.62)也是导游员应具备的重要素质之一。

在满意度方面,导游服饰、妆容整洁得体,行为、举止端庄大方(4.18)得分最高,其次是准时往返机场/车站/渡轮码头的接载服务,导游能对突发情况做出迅速有效的反应和处理(4.17)。满意度最低的是导游不随意增加额外收费游览项目或购物次数(3.99)。导游的诚信和购物安排也是差距最大的两项。

图3对旅行社服务进行IPA分析。落在第Ⅰ象限内,继续保持的有2项,这表明韩国导游所提供的专业及精通的解说与韩国美景相统一,讲解生动,让人印象深刻;导游在突发情况下能够做出迅速有效的反应和处理,及时平抚游客的情绪,这些都是游客对导游员专业素质的肯定。游客对这两项比较看重并且满意度较高,这是旅行社和导游需要继

续保持的服务特质。

第Ⅱ象限,不宜刻意追求项目的有4项。游客对这些项目并未抱太大期望值,但意外收获了较高的满意度,如:游客对导游服饰、妆容并不太在乎,但导游员整洁得体的打扮,给游客留下了深刻印象;导游能够提前接站,游览过程中时间安排合理,并能有条不紊地按时进行团队活动,能够准时往返机场和渡轮码头的接送服务,按客人要求迅速地提供服务等,这些也都增加了游客在游览过程中的美好回忆,不宜刻意追求这些服务项目。

第Ⅳ象限,需要重点改进的项目有2项。游客对导游的诚信和随意增加的游览和购物项目表示不满。导游员作为“民间大使”,在旅游中发挥着至关重要的作用,他们能在不同国家、不同种族的人们之间架起一座和平、理解与友谊的桥梁。因此,

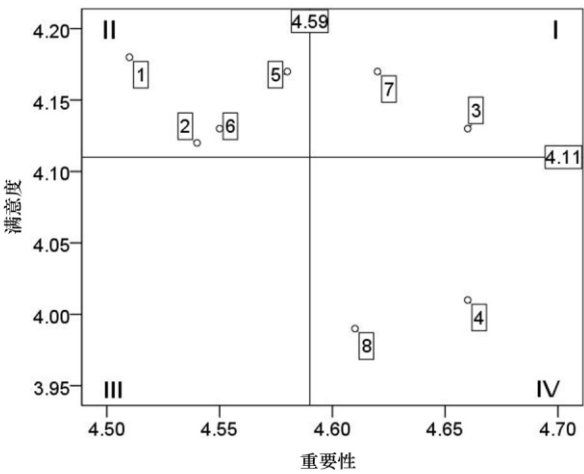


图3 旅行社服务IPA分析

Figure 3 IPA analysis of travel agency service

表3 旅行社服务重要性-满意度分析

Table 3 Perceived importance and performance of travel agency service

序号	服务特质	重要性均值	满意度均值	差值
1	导游服饰、妆容整洁得体,行为、举止端庄大方	4.51	4.18	-0.33
2	导游提前接站,游览过程中时间安排合理,并能有条不紊地按时进行团队活动	4.54	4.12	-0.42
3	导游专业及精通的解说	4.66	4.13	-0.53
4	导游的诚信	4.66	4.01	-0.65
5	准时往返机场/车站/渡轮码头的接载服务	4.58	4.17	-0.41
6	按客人要求迅速地提供服务	4.55	4.13	-0.42
7	导游能对突发情况做出迅速有效的反应和处理	4.62	4.17	-0.45
8	导游不随意增加额外收费游览项目或购物次数	4.61	3.99	-0.62
9	均值	4.59	4.11	-0.48

2015年11月

他们的诚信是最重要的素质之一。如何树立导游员的诚信,并且合理安排额外收费游览项目或购物次数,这些都是旅行社和导游在下一步工作中需要改进的地方。

4.5 景区服务重要性和满意度

图4对韩国景区服务进行IPA分析。

第Ⅰ象限,继续保持项目有4项,反映出游客对景区的满意度水平整体较高,表现在以下几个方面:游客对韩国景区洁净怡人的环境(1)大加赞赏;景区洗手间环境干燥、清洁(3),洗手间设备完善,为残疾人、带有孩子的家长等行动不便人士提供了专业的服务设施,满足了更多人的需求,也获得更多游客的好评;景区里备有清晰路标及方向指引(4),让游客在脱离团队时更容易找到方向;员工良好的服务态度(6),让问询和交流变得温暖和容易,因此收获了游客的满意和赞赏。这些重要性和高满意度的服务特质,需要景区继续保持。

第Ⅲ象限,低优先顺序项目有1项。游客对景区是否备有足够的食物/小吃亭(5)并不重视,景区的餐饮小吃表现也并没有让游客感觉到意外。对于这类低优先顺序的项目,景区在精力有限的条件下,可不用考虑这些因素。

第Ⅳ象限,重点改进项目有1项。通过景区IPA分析图可以看出,游客看重到达景区的方便性(2),但事实上由于景点的特殊属性,即不可移动

性,造成了满意度较低,反映出了游客在游览过程中不愿将时间花费在与旅行关系不大的路途上。

4.6 零售商店服务重要性和满意度

图5对零售商店服务进行IPA分析结果。

第Ⅰ象限,继续保持项目有3项。游客在购物时间的选择上较为灵活(2),商店货品信息展示清楚明了(3),销售人员良好的态度(10),让游客感到满意,这些都是购物场所提供的优质服务,应该继续保持和加强。

第Ⅱ象限,有3项属于不宜刻意追求项目。这表明游客对购物环境(1)、品牌选择(4)、便利的付款方式(5)并未抱太大的期望值,然而购物场所却以良好的服务收获了游客较高的满意度,这些“过度供给”的项目并不需要过分重视,只需保持现状就好。

第Ⅲ象限,低优先顺序项目有3项。在购物时,游客发生退换货和突发情况的概率较小,因此对货品的保养和退换货(7)、快速给予服务(8)和良好的沟通技巧(9)并不过于看重,销售方也并没有良好的表现。在精力和能力受限的情况下,可暂时不考虑这些因素。

第Ⅳ象限,重点改进项目有2项,分别是店员熟悉商品(6)和迅速地专业态度处理投诉(11)。从IPA分析图中可以看出,这两项都是重要性高,但是满意度低的服务项目,反映出销售员对业务的不精

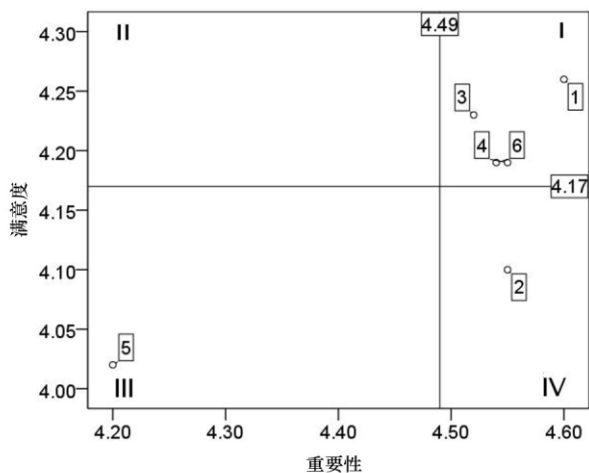


图4 旅游景区服务IPA分析

Figure 4 IPA analysis of tourism attraction service

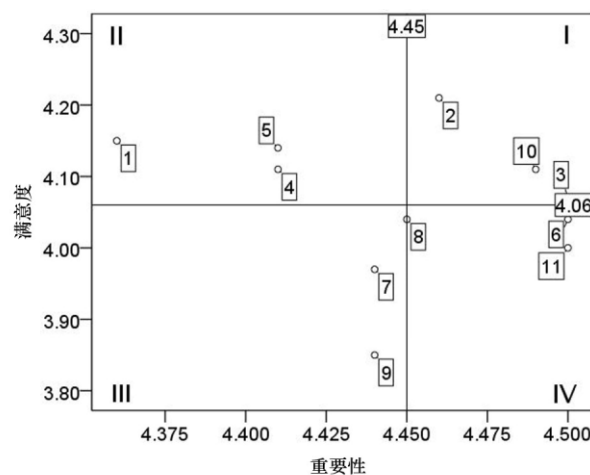


图5 零售商店服务IPA分析

Figure 5 IPA analysis of retail service

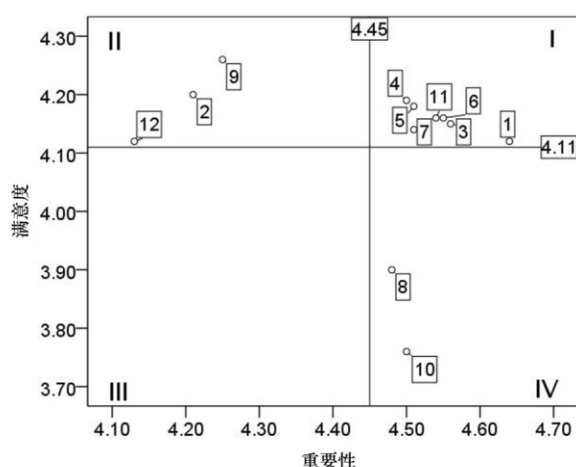


图6 公共交通服务IPA分析

Figure 6 IPA analysis of public transportation service

通和专业处理投诉的技能较弱,是零售商店需要集中精力去改善的项目。

4.7 公共交通服务重要性和满意度

图6对公共交通服务进行IPA分析的研究结果表明,中国游客对韩国公共交通服务满意度比较高,有多个项目属于继续保持项目。

第I象限,继续保持项目有7项。说明游客对公共交通服务特质的整体重视程度和整体满意度都较高,比如说:便利的交通(1),机场(车站)有清晰及明确地指示牌及路线图(3),准时及可靠的服务(4),乘车时有安全感(5),员工有适当的服务态度(6),合适的服务时间(7)和的士司机的诚信(11)。这些都是游客较为看重和满意的地方,需要继续保持。

第II象限,有3个项目属于不宜刻意追求项目。中国游客对巴士良好的性能(2)、司机整洁的仪容(9)和司机能够协助帮助搬运行李(12)没有太高期望,然而满意度却高于均值,尤其是司机整洁的仪容,满意度高于其重要性,也是调研中少数满意度高于重要性的服务项目,这些都是让游客获得意外惊喜的服务特质。

第IV象限,重点改进项目有2项,多数游客表示的士司机未能给予清晰及准确的车资及目的地数据(8),对司机的语言和沟通能力(10)也较为失望,这些韩国旅游需要改进的服务特质。

4.8 警察服务重要性和满意度

图7对警察服务进行IPA分析。第I象限,继

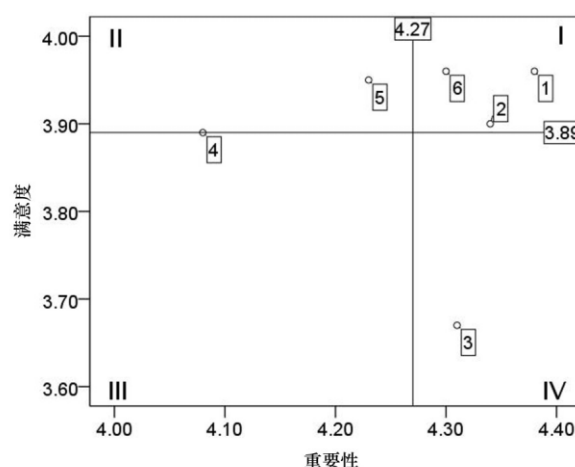


图7 警察服务IPA分析

Figure 7 IPA analysis of police service

续保持项目有3项。其中,中国游客对韩国警察服务的重要性及满意度评价最高的项目是:警察熟悉城区道路方向及设施以应付旅客的询问(1)。此外,韩国警察在处理查询时高效(2),让游客感到满意;警察适当的服务态度(6),也增添了游客对该项服务的好感。这三个项目属于高重要性、高满意度的项目,需要继续保持。

第II象限,有2项属于不宜刻意追求项目。分别是警察于公众地方出现(4)以及警察在场时感觉安全(5)。这表明警察服务中这些过度供给的项目不用考虑过多,顺其自然便好。

第IV象限,重点改进项目有1项。游客对警察拥有良好的语言及沟通能力(3)有较高的期望值,但警察的实际表现却让游客较为失望,这是下一阶段警察服务需重点改进的方向。

4.9 海关服务重要性和满意度

图8对海关服务IPA分析。第I象限,继续保持项目有1项。中国游客认为海关服务最重要的是海关清晰的指示牌(1),其满意度也较高,因此需要继续保持。

第II象限,有3个项目属于不宜刻意追求项目。这表明游客对舒适的清关环境(2)、彻底而有礼的保安检查(4)、海关人员表现适当的服务态度(5)并未抱太大的期望值,然而海关人员却以良好的服务收获了游客较高的满意度,这些“过度供给”的项目并不需要过分重视,只需保持现状就好。

第IV象限,重点改进项目有2项。需要重点改

2015年11月

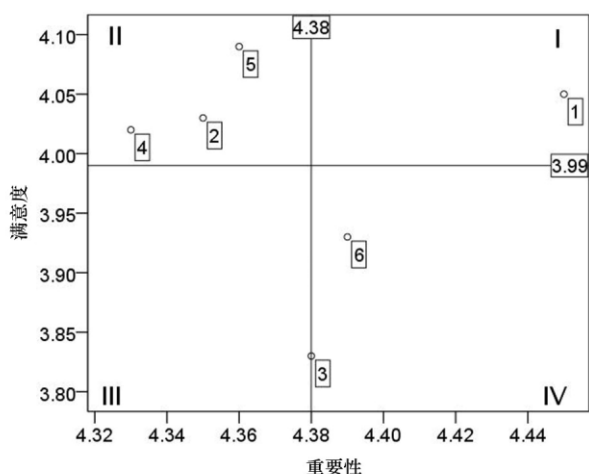


图8 海关服务IPA分析

Figure 8 IPA analysis of customs service

进的项目共2项,分别是海关人员拥有良好的语言及沟通能力和在海关等候时间少于15分钟(包括全部关口),游客认为这些项目拥有较高的重要性,但由于过长等候时间产生了较低的满意度,这是海关部门需要重点改进的地方。

4.10 游客整体满意度分析

图9显示的是中国游客赴韩旅游的总体满意度评价。在重要性方面,对旅行社服务的重视程度最高,其次是景区、公共交通、零售服务、酒店、餐饮和海关,对警察服务的重视程度最低;在满意度方面,对景区服务的满意度最高,其次是餐饮、旅行社、交通、酒店、零售和海关,对警察服务的满意度最低;重要性和满意度差距最大的是旅行社服务,最小的是餐饮服务,差距比较突出的部门,也是需要韩国旅游当局更加重视之处,在日常工作中,能够给予

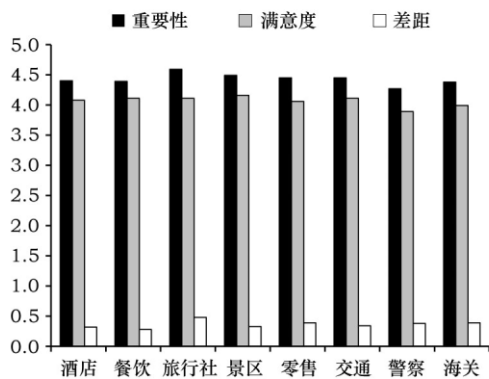


图9 游客整体满意度分析

Figure 9 Analysis of tourists' satisfaction

更多的时间和精力,着重改善这些部门的服务和管理,从而提高游客对韩国整体旅游满意度指数。

5 理论及实践贡献

理论贡献主要有3点:

(1)从饭店服务、餐饮服务、旅行社服务等九个方面进行分析,详细评价了中国游客对韩国旅游各项服务环节重要性及满意度的评价情况,为出境旅游研究及中韩旅游外交提供了详实的有价值的参考资料。

(2)运用IPA分析方法,不仅调查了重要性与满意度,而且从中查找了差距,为后续研究奠定基础。

(3)详细提出了需要保持及需要改进的项目,并讨论了具体的解决方法,为出境旅游及中韩旅游外交提供了理论指导。

实践贡献主要有3点:

(1)分析了中国游客对韩国旅游服务各项环节的重视程度,有助于准确探究客源市场的游客关注点,并以此为根据提高相关的管理和服务。比如,在重要性方面,游客重视程度最高的是旅行社,其次是旅游景区、零售和交通。这些与游客旅游活动息息相关,应引起有关部门的充分重视,制定相应的管理措施,提高服务质量。此外,无论是饭店服务还是导游服务,游客最关注的是工作人员的语言沟通和导游讲解,因此韩国方面应培养一批会说中文、了解中国的工作人员,以满足快速增长的中国出境旅游市场的需要。

(2)对中国游客满意度的分析,有利于把握目前旅游市场详细情况,并有针对性地提出改进措施。比如,游客满意度最高的是旅游景区,其次是旅行社、餐饮、交通,这有利于韩国旅游管理部门了解当前的旅游现状,并制定具体的策略,比如增加旅游景区的中文标识和指示牌,采取措施保障中国游客的安全等,进一步提高中国游客的满意度,促进中韩两国人民之间的相互理解 and 交流。

(3)运用IPA分析方法,对饭店、旅行社、餐饮等每一个具体的方面都进行了详细的分析,确定了改进的优先次序,明确了游客最关注的事情以及需要改进的具体项目,有利于旅游管理部门明确需要改进项目,对症下药。比如,在旅行社服务方面,中国游客认为导游员的诚信以及旅游购物的安排时间,

是急需解决的问题。这有利于韩国旅游管理部门充分认识问题,有针对性地进行改进,有利于其进一步吸引中国游客。

总之,论文的研究结果对中国游客赴韩国旅游进行了全面调查,提供了详实的数据,有助于准确探究出境客源市场的具体情况和变化特征,并以此为根据改进相关营销策略,提高服务水平。旅游发展的意义不仅在于其产生的经济效益,旅游在促进国家关系改善及民间相互了解方面发挥着积极作用。本文分析了中国游客对韩国旅游业的满意度水平,不仅有利于进一步促进我国出境旅游发展及韩国旅游接待管理水平和服务质量,而且将进一步促进中韩两国之间的旅游交流和旅游合作。

6 研究不足及未来研究

论文的不足之处是采用了便利抽样方法,是指研究者根据实际情况,为方便开展工作,选择偶然遇到的人作为调查对象,即选择那些最容易找到的人作为调查对象,调查样本不能代表全部的出境游客情况。后续研究可以采用配额抽样、随机抽样等方面,尽量收集到更全面、更具有代表性的数据样本。此外,由于篇幅所限及项目的重要程度不同,对有的项目并没有做具体分析。比如,警察项目,与出境游客的联系较少,因此只是进行了简单的分析说明,将在后续研究中进一步分析。

近年来,中国游客赴韩旅游呈逐步增长的趋势,韩国政府和旅游部分也针对中国市场开展了多种多样的促销宣传。2015年,2016年中韩旅游年的开展将会进一步促进两国旅游发展和旅游外交。为了进一步吸引更多的中国游客,有必要对中国出境市场进行细分。因此,后续研究可以针对不同年龄、不同性别、不同职业、不同旅游动机的人展开调查,分析不同的客源群体对出境旅游的需求及满意度,有利于中国出境旅游的开展,以及韩国旅游服务质量的进一步提升,使中国游客在海外游得放心、游得舒心、游得开心。

参考文献(References):

- [1] 徐璿昱,刘力,吴慧. 中国的韩国旅游研究进展与展望[J]. 地理科学进展,2009,28(1):153-160.
- [2] 杜江,厉新建,秦宇. 中国出境旅游变动趋势分析[J]. 旅游学刊,2002,17(3):44-48.
- [3] 张广瑞. 中国出境旅游热的冷静思考:关于中国出境旅游发展政策的辨析[J]. 财贸经济,2005,(7):87-91.
- [4] 戴学锋. 基于国际比较的中国出境旅游超前发展初探[J]. 旅游学刊,2012,27(9):9-16.
- [5] 戴斌,蒋依依,杨丽琼,等. 中国出境旅游发展的阶段特征与政策选择[J]. 旅游学刊,2013,28(1):39-45.
- [6] 郭英之,张红,宋书玲,等. 中国出境旅游目的地的市场定位研究[J]. 旅游学刊,2004,19(4):27-32.
- [7] 江林,李祉辉. 中国公民赴韩国旅游市场分析-以我国六大旅游热点城市为例[J]. 旅游学刊,2005,20(2):9-14.
- [8] 程圩,隋丽娜. 旅游形象感知模型及其应用研究-以长三角居民对韩国旅游形象感知为例[J]. 旅游科学,2007,21(1):7-12.
- [9] Tribe J, Snaith T. From SERVQUAL to HOLSAT: Holiday satisfaction in Varadero, Cuba[J]. *Tourism Management*, 1998, 19(1):25-34.
- [10] Pizam A, Neumann Y, Reichel A. Dimensions of tourist satisfaction with a destination[J]. *Annals of Tourism Research*, 1978,5(3):314-322.
- [11] Johnson M D, Herrmann A, Huber E. The evolution of loyalty intentions[J]. *Journal of Marketing*, 2006,70(2):122-132.
- [12] Anderson E W, Sullivan M W. The antecedents and consequences of customer satisfaction for firms[J]. *Marketing Science*, 1993, 12(2):125-143.
- [13] Fornell C, Johnson M D, Anderson E W, et al. The American customer satisfaction index: Nature, purpose and findings[J]. *Journal of Marketing*, 1996,60(1):7-18.
- [14] Yoon Y, Uysal M. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model[J]. *Tourism Management*, 2005,26(1):45-56.
- [15] Chia C G, Qu H. Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach[J]. *Tourism Management*, 2008, 29(4):624-636.
- [16] Song H, van der Veen R, Li G, et al. The Hong Kong tourist satisfaction index[J]. *Annals of Tourism Research*, 2012, 39(1):459-479.

Chinese outbound tourists in South Korea: importance, satisfaction and gaps

KONG Haiyan¹, SONG Haiyan², DOU Shangxiao¹

(1. Business School, Shandong University (Weihai), Weihai 264209, China;

2. School of Hotel and Tourism Management, The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong)

Abstract: The main purpose of this study was to explore the travel expectations and satisfaction of Chinese outbound tourists. Based on questionnaire surveys, a total of 581 valid questionnaires were collected and analyzed using Importance-Performance Analysis (IPA). Nine sectors of tourism service in South Korea are presented: hotel service, food service, retail service, police service, customs service, travel agency service, tourism attractions service, public transportation service and overall satisfaction. The findings indicate that the main purpose of Chinese tourists visiting Korea is vacation and leisure, shopping, and business conferences. In terms of importance, the highest importance of Chinese outbound tourists is travel service, while the least is police service. With regards to satisfaction, Chinese outbound tourists are most satisfied with tourism attractions, and the least satisfied with police services. When considering the gap between the importance and satisfaction of Chinese outbound tourists in South Korea, the biggest gap exists in the travel agency service and this must improved in the future; the least gap is for hotel services. Overall, Most Chinese outbound tourists are satisfied with visiting Korea; however, their satisfaction remains lower than expectation. The results of this study provide useful guidance to Korean tourism across a wide range of sectors spanning tourism management, service quality and people-to-people communication. These data will contribute to promoting further friendship between China and South Korea.

Key words: Chinese outbound tourism; importance; satisfaction; gaps; importance-performance analysis